



BTC TRADE FOR DEVELOPMENT



***BELGEN OVER
FAIR TRADE***

RESULTATEN OPINIEPEILING 2011

De meeste Belgen...

- **kennen eerlijke handel;**
- **zouden graag hebben dat het principe ook wordt toegepast ten voordele van Belgische landbouwers;**
- **en willen gerustgesteld worden over de impact ervan op producenten.**

Dit blijkt uit een opiniepeiling die Dedicated Research uitvoerde voor het Trade for Development Centre, een programma van BTC (het Belgisch ontwikkelingsagentschap). Duizend twintig Belgen, een representatieve steekproef van de bevolking, werden bevroegd over hun gedrag, houding en mening ten aanzien van eerlijke handel.¹

DE BELANGRIJKSTE VASTSTELLINGEN

1. Goed bekend: Oxfam en Max Havelaar blijven de referentiemerken.

- **79% van de Belgische consumenten heeft reeds gehoord van eerlijke handel.** De naambekendheid is gelijkaardig voor elke taalgroep, leeftijd of geslacht.
- **Oxfam en Max Havelaar zijn duidelijk de referenties op het gebied van eerlijke handel.** Meer dan de helft van de Belgen (56%) noemt spontaan minstens één van beide wanneer eerlijke handel aan bod komt. Andere labels of merken worden nauwelijks genoemd.
- **Bovendien schrijft 2/3 van de respondenten die Max Havelaar en/of Oxfam kennen hun een vertrouwensniveau van 8/10 of hoger toe.** Oxfam en Max Havelaar leveren dus een positieve bijdrage tot het algemeen imago van de eerlijke handel.

2. De melkcrisis heeft de problemen waarmee een deel van onze landbouw geconfronteerd wordt, duidelijk gemaakt.

De vraag luidt: "Denkt u dat eerlijke handel ook moet toegepast worden ten voordele van Belgische, Europese landbouwers?"

- **69% van de ondervraagden antwoordt: "Ja,** het is logisch dat onze producenten, onze landbouwers ook een eerlijke prijs krijgen."
- **10% antwoordt: "Nee,** dat moet voorbehouden blijven aan de arme landbouwers uit de landen in het Zuiden."
- 3%: "Ja, maar enkel voor producten die tenminste één ingrediënt bevatten afkomstig uit een land in het Zuiden (bv.: ananasconfituur)."
- 17% weet het niet.

3. Bekendheid van de merken, labels van eerlijke handel.

Eerlijke handel wordt beter herkend via een fairtradelabel of een van de belangrijkste fairtrademerken. Bioproducten meer via de wettelijke vermelding "bio" die zich op de productverpakking bevindt.

- De belangrijkste labels, merken van eerlijke handel zijn goed gekend: 93% voor Oxfam-Wereldwinkels, 85% voor Oxfam Fairtrade, 62% voor Max Havelaar en 48 % voor Fair Trade Original.

¹ De opiniepeiling werd uitgevoerd via internet van 18 tot 24 augustus 2011. De maximale foutenmarge (frequenties dicht bij 50%) bedraagt 3,1%.

- Ter vergelijking: de biologische labels (AB, Biogarantie en het Europese biolabel) hebben een bekendheid van respectievelijk 44, 36 en 18%.
- De labels van duurzame handel worden stilaan bekend. De naambekendheid van FSC, PEFC (duurzaam beheer van de bossen), Rainforest Alliance (duurzame landbouw en toerisme) en MSC (duurzaam beheer van de visbestanden) bedragen respectievelijk 34% (25% in 2010), 28%, 15% en 13%.
- De betekenis van de labels Rainforest Alliance en MSC zijn slecht bekend bij de consument. Ongeveer 1/3 van de personen die deze labels kennen, denkt dat het gaat om labels van eerlijke handel.

Wat betreft de aankopen: vooral bij Oxfam-Wereldwinkels, Oxfam-Magasins du monde, maar ook grotendeels in de supermarkt:

- **57% van de Belgen** zegt in de voorbije 12 maanden **eerlijke producten te hebben gekocht** (tegenover 40% in 2009).
- **De populairste fairtradeproducten** zijn (in volgorde van belangrijkheid): **koffie** (66%), **fruit** (50%) en **chocolade** (43%). Confituur en smeerpasta worden minder gekocht (12%) dan in 2010 (23%).
- **43% van de kopers** (46% Nederlands- en 40% Franstaligen) van fairtradeproducten **zegt deze te kopen in de Oxfam-Wereldwinkels en Oxfam-Magasins du monde**. **39%** koopt ze in de winkels van de **Delhaize-groep**, **33%** in de winkels van de **Carrefour-groep** en **29%** bij **Colruyt**. Het feit dat de eerlijke producten te koop zijn in de supermarkt, beschouwen de respondenten als heel positief.
- De **tevredenheid** over fairtradeproducten ligt **erg hoog**. Bijna alle Belgen (96%) die deze producten kopen zijn er tevreden (53%) of zeer tevreden (43%) over.

4. De sensibiliseringsinspanning om de rol van de consument en de impact van de eerlijke handel in de landen in het Zuiden aan te tonen, moet worden voortgezet.

- **74% van de respondenten** vindt dat “**eerlijke handel belangrijk** is voor de ontwikkelingslanden.”
- **Toch moeten de Belgen blijkbaar gerustgesteld worden en hebben ze graag garanties** over de reële doeltreffendheid van de eerlijke handel en over de impact van hun individuele acties. **69%** (74% in 2010) **van de kopers hoopt, maar is er niet zeker van, dat hun fairtradeaankopen werkelijk meer respect opleveren voor de rechten van producenten en arbeiders**. Slechts 24% van de kopers is hiervan echt overtuigd. Voor 84% van de respondenten zou de garantie dat de eerlijke handel echt bijdraagt tot de ontwikkeling van de kleine producenten hen ertoe aanzetten om meer producten te kopen.

5. De overheid moet ook informeren, sensibiliseren.

- 64% (72% in 2010) van de bevroagde personen vindt nog steeds dat ze niet voldoende informatie krijgen over eerlijke handel.
- **Volgens 54% van de Belgen is het de taak van de overheid om te sensibiliseren** en reclame te maken voor producten uit de eerlijke handel (evenals de fairtradeorganisaties: 56%).

Meer dan de helft van de Belgen (57%) heeft al gehoord van de “Week van de Fair Trade”.